

Optimizacija sajta – PDF knjiga

Verzija za štampu našeg online besplatnog SEO kursa, kojeg možete pronaći na www.optimizacija-sajta.com.

Osnove optimizacije sajta

Sadržaj ovoga dela se nalazi online na: <http://www.optimizacija-sajta.com/seo-optimizacija-sajta/>



Ovaj deo je namenjen početnicima, ili onim osobama, koja bi htela upoznati osnove optimizacije sajta. Znači tu bih hteo da Vas upoznam sa **osnovnim predznanjem**, sa kojim biste trebali raspolagati da bi ste razumeli i uspešno savladali naše kurseve.

Uvod u HTML - optimizacija sajta počinje od samog korena.

Šta je to HTML?

HTML je veoma jednostavan programski jezik koji se koristi za kreiranje dokumenata na World Wide Web-u. HTML se koristi za stvaranje hipertekstualnih datoteka (datoteka koje sadržavaju linkove). To su u stvari tekstualni fajlovi, ali za .html ili .htm završetkom.

U html-u se nalaze naredbe, koje nazivamo **TAG**-ovima. Tag se stavlja u znake <naredba> a kad se on zatvara, onda </naredba>

Kako pogledati HTML kod neke stranice?

Zavisí koji browser koristite, ali uglavnom je svugde nešto kao: View/Source ili Source Code. Nemojte se uplašiti ako pogledate, na prvi pogled jako dugačak kôd, svaki je kredo is veoma jednostavne varijante.

Šta svaka HTML stranica treba da sadrži?

```
<html>
<head>
<title>Ovdje stavimo naziv nase Web stranice</title>
<meta name="description" content="Opis vase stranice - koji treba da opise ukratko njen sadrzaj.">
<meta name="keywords" content="vase klucne reci, klucna rec, najvise 10">
</head>
<body>
<h1>Naslov koji se vec vidi na stranici</h1>
<p>Ovde unesimo sve ono sto zelimo da se vidi u stranici.<br>
<strong>Zadebljani</strong> tekst.</p>
<p><a href="http://www.optimizacija-sajta.com">ovo je link</a></p>
</body>
</html>
```

Gornji kôd možete pogledati online na našem sajtu:

<http://www.optimizacija-sajta.com/uvod-u-html.html>

Dakle svaka stranica treba da sadrži html tag, a unutar njega, head (ovde se nalaze razni parametri, koji se ne vide na stranici), i body (ovde se nalazi sadržaj koji se vidi na stranici).

Sa H1, H2, H3 tagovima definišete naslove vaše stranice. Sa STRONG tagom možete naprimer zadebljati tekst. A link se nalazi u <a> tagu.

Eto to bi bile neke NAJ osnove HTML-a, potrebne da biste shvatili naš **besplatan SEO kurs**. Za više informacija o html-u upišite u google "uvod u html" ili "html osnove" :-)

Instalirajte Google toolbar (biće potreban radi provere PageRank-a)

Šta je to PageRank? To pitanje ćemo razmotriti u našem besplatnom SEO kursu, ali da bi imali potrebnu alatku na raspolaganju, instalirajte **Google toolbar**. Idite na: toolbar.google.com i pratite uputstva. Ako vas pri instalaciji pita, da li želite i **PageRank** da se aktivira, obavezno recite DA (check-irajte box).



Nakon instalacije google toolbar-a, moći ćete videti PageRank aktuelne stranice.

Ukoliko ne želite da instalirate Google toolbar, nudimo vam mogućnost da ONLINE proverite page rank na našem sajtu:

<http://www.optimizacija-sajta.com/seo-optimizacija-sajta/pagerank-provera>

Šta su to frejmovi, i kako ih prepoznati na Vašem sajtu.

Frejmovi su u stvari skup više stranica u jednoj (u frameset-u). Naprimer imate jednu stranicu gde je vaš meni, a ispod nje jednu gde je sadržaj. I ako kliknete na meni, novi sadržaj se učita u donjni meni. Napr:

Gornji frejm (page1.htm): naprimer meni
Dolnji frejm (page2.htm): Naprimer sadržaj stranice se nalazi u ovom frejmu koji je zapravo poseban HTML fajl.

Frejmovi su **JAKO negativna stvar što se tiče optimizacije sajta**. Na žalost, ako ih imate, preporučili bi smo da razmislite o novom sajtu, sa istim sadržajem, ALI bez frejmova.

Kako prepoznati frejmove? Pogledajte source code vašeg sajta (gore je opisano kako), i ako vidite nešto slično ovome, onda na žalost vama je potreban nov sajt, ukoliko želite da se dobro plasirate na Google rezultatima:

```
<html>
<head>
<title>Naslov stranice</title>
</head>
<frameset rows="80,*" cols="*" frameborder="no" border="0" framespacing="0">
<frame src="page0.htm" name="topFrame" scrolling="No" noresize="noresize"
id="topFrame" />
<frame src="page1.htm" name="leftFrame" scrolling="No" noresize="noresize"
id="leftFrame" />
</frameset>
<noframes><body>
</body></noframes>
</html>
```

Šta je to fleš (flash), i kako ga prepoznati

Flash je jedna vrsta interaktivne animacije koju web dizajneri vole da koriste u svojim sajtovima da bi napravili razne **animirane menije**, **animacije**, **igrice** ILI **ČAK ČITAVE SAJTOVE!!** Interesantan je, pošto u njega možete staviti tekst u bilo kojem fontu, dok u HTML možete da koristite samo standardne fontove koje verovatno i korisnik ima na svojem računaru.

Flash možete shvatiti kao jedan objekat, koji je smešten u vaš web sajt (naprimer kao neka slika). Bitno je da znate da **Google ne može da pročita sadržaj flash-a**. Flash je koristan ako sa njim želite malo da ulepšate vašu stranicu, ALI ako je vaš glavni sadržaj (ili ceo sajt) u FLASH-u definitivno imate problem sa optimizacijom vašeg sajta.

Kako proveriti da li je glavni sadržaj u flash-u? Pa jedan od rešenja je da probate da selektujete tekst. Ako ne uspete, oda je moguće da je taj tekst u flash-u (ili možda u slici- što je isto negativna optimizacija) i Google ne može da ga pročita.

Da li je potreban još neki alat?

Za editovanje (menjanje) html koda je dovoljan bilo kakav tekst editor, naprimer **Notepad**, koji je već instaliran zajedno sa windowsom. Mada je možda zgodnije da odmah i vidite ono što radite, pogotovo za početnike. Njima bih preporučio **Dreamweaver** ili **Front Page**. Jedini problem je što su ovi programi jako skupi. Mada se na internetu može naći dosta besplatnih html editora (naprimer <http://www.pagebreeze.com/>)

Besplatan SEO kurs optimizacije sajta

Verzija za štampu sa našeg besplatnog SEO kursa, koji možete naći na stranici:

<http://www.optimizacija-sajta.com/seo-optimizacija-sajta/besplatan-seo-kurs-strana2>

Lekcija 1: Proverite vaše ključne reči.

Cilj ove lekcije je da proverite koliko je vaš sajt optimizovan za određene ključne reči.

Prvo probajte da odredite koje su vaše glavne ključne reči.

Postavite se na mesto vaših potencijalnih posetilaca, i razmišljajte njihovom glavom. Šta biste VI na njihovom mestu upisali ukoliko biste tražili informacije, proizvode ili usluge sa vašeg sajta. Napravite spisak od barem 5 reči ili fraza.

Primer: Pretpostavimo da imamo sajt o poštanskim markicama. **Šta bi bila naša ključna reč?** „markice“ ili „poštanske markice“ svi bi rekli. Naravno. Ali nemojmo zaboraviti i ostale naprimer: „stare poštanske markice“, „poštanska markica flora“, „poštanska markica fauna“, „jugoslovenske poštanske markice“ itd.

Zgodna je opcija, da upišete vašu glavnu ključnu reč u Google, i **pogledajte konkurenciju**. Tamo ćete sigurno dobiti još neku ideju. Evo i ja sam to sad uradio, i tek onda primetio još par potencijalnih ključnih reči: „filatelija“, „filatelija srbija“ itd.

Nemojte uraditi tu grešku da birate ključne reči za koje mislite da se najčešće upotrebljavaju, pa makar i nisu strogo vezane za vaš sajt. Jer bitnije je da privučete takve posetioce, koji su vaši potencijalni kupci (pa čak i ako je manje takvih), a ne one koji će primetivši da sajt nije ono što je tražio, i pali dalje.

Primer: Ako proizvodite stolice, onda nemojte optimizovati za reč nameštaj, samo zato jer verovatno za nameštaj ima 10 puta više upita. A inače bi reč nameštaj bila jako teška, pošto je jaka konkurencija. A puno je bolje biti recimo na #3 poziciji za neku redju reč, nego #43 za mnogo češću (pogledajte našu stranicu o [statistici](#)).

Postoji mogućnost kako proveriti, koliko je neka ključna reč česta (tj. Koliko puta je bilo upita za tu ključnu reč u Google u mesečnom proseku). Ali to ćemo detaljnije razmotriti u našem naprednom seo kursu.

Bilo bi dobro i proceniti jačinu optimizacije konkurencije, ali to je već isto tema za napredni SEO kurs.

Kada ste nakon ovoga skupili spisak potencijalnih ključnih reči, proverite ih. Upišite ih u Google, i pogledajte da li ste medju prvih 50 (to su prve 5 stranice na rezultatima pretrage). Napravite **tabelu** u kojoj ćete upisati vašu ključnu reč a pored i poziciju na kojoj se nalazi na google. (proverite u oba google.com i google.rs – rezultati se razlikuju).

Lekcija 2: Šta može biti razlog zašto neka reč nije ni u prvih 50?

- **Konkurencija** za tu reč je **prevelika** (naprimer „nekretnine“ ili „laptop“)

-Vaš sajt (ili neka nova stranica) je **mladji od 2-3 meseca**, i još se nalazi u „Sandbox-u“ – probni period.

- Vaš sajt je u **flash-u** i Google ne može da pročita njen sadržaj (pogledajte osnove SEO optimizacije)

- Vaš sajt koristi **frejmove** (objašnjeno na stranici SEO osnove optimizacije)

- Proverite da li uopšte imate ove reči u **tekstu** stranice.

- Proverite da li vaše ključne reči koristite u **TITLE** naslovu stranice (njega vidite na vrhu vašeg browsera, u plavoj traci)

- Proverite da li vam se te ključne reči nalaze u **META KEYWORDS** i u **META DESCRIPTION**. (view/source code)

Lekcija 3: Struktura vašeg sajta

Vaš sajt treba da je pregledan, ne samo za posetioce negi i za pretraživače (robot-e ili spajdere).

Ako nemate puno stranica, onda verovatno možete rešiti da svaka stranica bude dostupna direktno sa početne. Ukoliko imate puno stranica (a onda verovatno i linkova), onda probajte rešiti da stranice razdvojite na nivoe, ali vodite računa da svaka stranica na vašem sajtu bude dostupna **NAJVIŠE 2 klika** udaljena od prve stranice.

Naprimera: početna / proizvodi [prvi klik]
kategorija [drugi klik] detalji proizvoda.

Trudite se da nemate više od 100 linkova na jednoj stranici.

Isto tako se trudite da koristite barem jedan tekstualni link do svake stranice. Jer ukoliko je vaš meni sistem u slikama, google vidi linkove, ali ne vidi sadržaj tih slika, tj. Ne može dodatno da proceni ŠTA je reč koja vodi to te nove stranice.

Lekcija 4: Sadržaj stranice

Možda najbitniji faktor, koji možete da menjate direktno na stranici (on-page SEO), pošto pretraživači baš ovaj sadržaj najviše

Meni sistem (link) u Flash-u je još gore, pošto Google u ovom slučaju neće ni naći vašu stranicu, pošto ne može da prati link unutar Flash-a. Rešenje bi bilo (ako baš po svaku cenu želite zadržati Vaš postojeći meni sistem) je da postavite dodatne tekstualne linkove na dnu stranice. To rešenje se često može videti na internet stranicama.



Zašto koristan? Pa jednostavno, onda imate najviše šanse da neko postavi LINK ka vama na svojoj stranici, ukoliko Vi imate nešto korisno da ponudite. A to je jako bitan deo

analiziraju.

Nikako se nemojte zadovoljiti sa 2-3 rečenice na stranici, pošto ona onda verovatno nije od koristi ni pretraživaču ni posetioцу sajta. Trudite se da sadržaj stranice bude obilan i koristan.

„off page“ optimizacije, koji ćemo površno dodirnuti malo kasnije u temi „PageRank“ a detaljnije ćemo objasniti u naprednom SEO kursu.

Naravno, trudite se da se vaše ključne reči i nalaze u ovome tekstu.

Lekcija 5: Horišćenje HEAD tagova

Head tag je ustvari naredba kojom se označava naslov. Naprimer `<h1>naslov teksta</h1>`. Ima više nivoa ovih head tagova. H2, H3..

Pokušajte da ugradite vaše ključne reči u ove head tagove, što nije teško ako imate obilan i koristan tekst o nekoj temi.

Lekcija 6: TITLE, meta keywords, meta description

Title je zapravo naslov stranice, koji će se videti kao prvi red u rezultatima pretrage i u plavoj traci vašeg browsera. On ne bi trebao biti duži od 80 karaktera. Trudite se da imate vašu glavnu ključnu reč ugradjenu u title tag.



Trudite se da u TITLE opišete u par reči sadržaj te stranice. Napr: „Spisak poštanskih markica na temu Fauna“, ili „Spisak poštanskih markica iz jugoslavije“ itd.

Meta keywords: Spisak ključnih reči sa vaše stranice. Najviše 10. Nemojte nagurati ključnim rečima ovaj TAG. Trudite se da se svaka ključna reč nalazi i u tekstu. Nemojte ovde stavljati ključnu reč koja se ne nalazi u samom tekstu stranice.

Meta description: Opis koji u 2-3 rečenice opisuje sadržaj stranice. Različit za svaku stranicu. Naš savet je da ovaj tag upišete na kraju, kad je vaša stranica završena, jer je onda lakše ukratko opisati njen sadržaj.

Napomena: *Nemojte koristiti isti title, description ili keyword na svim stranicama. Uvek se trudite da opišete sadržaj aktuelne stranice.*

Lekcija 7: PageRank i kako on utiče na optimizaciju sajta

Page Rank je zapravo link popularnost Vašeg sajta, način vrednovanja sajta koju je razvio Google. Reč je o tome, da su webmasteri u stvari glasači. Jer ako je neki sajt popularan, onda će se link ka njemu verovatno nalaziti na drugim sajtovima. Da.. neverovatno, ali Google i to prati.

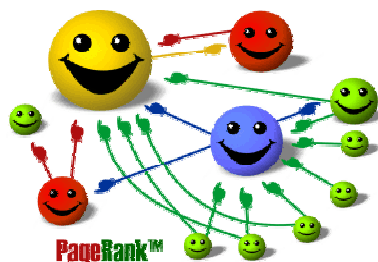
A čak možemo i pogledati koji su to linkovi koji vode ka našem sajtu, ali o tome detaljnije u našem naprednom SEO kursu..

A naravno bitno je da ti povratni linkovi (back link) budu sa stranica sa što većim Page Rankom.

Na našoj stranici „osnove SEO optimizacije“ smo objasnili kako možete proveriti page rank nekog sajta (Google toolbar).



Pa kako još da povećam moj page rank? ... detaljnije u naprednom seo kursu.



Inače Google obnavlja svoju Page Rank bazu svakih **par meseci** (znači da ako neko postavi link ka našem sajtu, nećemo odmah videti promenu na našem PR)

Lekcija 8: Kazna, kako proveriti da li smo kažnjeni, i šta onda uraditi

Da, tako je. Može se desiti da namerno ili slučajno uradimo neke manipulacije, koje Google kažnjava.

Jedan primer: Na dnu stranice, webmaster nagura svoje ključne reči u beloj boji na beloj pozadini. Pa čak Google primeti, ako je to "skoro" ista boja. To se zove Cloaking - kada namerno prikazujemo različit sadržaj za pretraživače i različit za posetioca. Onda se može desiti, da recimo u rezultatima pretrage opadnemo za nekoliko stranica.

Ima još dosta negativnih primera, ali njih ćemo razmotriti malo detaljnije u našem naprednom SEO kursu.

A kako primetiti da li smo kažnjeni? Ovo pitanje nije baš jednostavno. Ali recimo, ako se za neku reč plasiramo JAKO loše, a znamo da nam nije tamo mesto (naprimer, uporedimo sa konkurentnim sajtovima - što bar nije jednostavno za početnike, bez iskustva, ali na osnovu gore opisanog, možemo imati neku grubu pretpostavku).

Zaključak i komentari

Drago mi je da ste stigli do dna ove stranice. Imate li pitanje, komentar ili ste primetili grešku, možda se ne slažete sa nekim delom teksta?

Molimo uradite to sa našeg bloga, na temu [besplatan SEO kurs - komentari](#).

Uspešan rad želi vam
www.optimizacija-sajta.com

Šta uraditi u tom slučaju? PRVO, treba otkriti šta je uzrokovalo naše loše rangiranje. Za to bi trebalo poznavati što više potencijalnih problema. Uglavnom ih treba otkriti što pre. Eventualno proverite da vam sajt nije hackovan.. Tj. proverite vaš source kod, na nije u njega ubačeno nešto, čemu ne bi bilo tamo mesto. Proverite da neko nije ubacio neke nove fajlove u vaš www direktorijum (preko FTP accounta na primer). Na žalost to su već operacije, koje nisu baš za početnike, predlažemo da zatražite pomoć stručnjaka. Uglavnom ako je uzrok problema otklonjen, onda bi preko webmasters tools accounta, trebalo zatražiti "Request reconsideration" tj. ponovo razmatranje sajta od Google, ali to su već radnje za naprednije korisnike.